

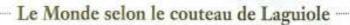
La Forge de Laguiole, dont les locaux ont été dessinés par Philippe Stark.

Photographie Forge de Laguiole e couteau utilitaire, inventé par Pierre-Jean Calmels au début du XIX^e et inspiré de la navaja espagnole, est aujourd'hui, avec l'Opinel, le produit de la coutellerie française le plus exporté dans le monde. Les pièces les plus exceptionnelles trouvent acheteurs à des prix de plusieurs dizaines de milliers d'euros. Certaines coutelleries de Laguiole annoncent plus de 70% de leur chiffre d'affaires à l'export.

Le retour du Laguiole à Laguiole, après des décennies de fabrication presque exclusivement thiernoise, est pour beaucoup dans la place qu'occupe aujourd'hui le couteau à manche courbe et lame de type yatagan dans le cœur des amateurs étrangers. En renouant avec son histoire, le couteau a retrouvé du sens et de la valeur. Les couteliers n'ont eu d'autre choix que d'améliorer la qualité de leurs productions pour se démarquer des importations pakistanaises ou chinoises.

Un produit d'exception

Avant l'arrivée de ces pâles copies asiatiques, le Laguiole était déjà un produit haut de gamme. Avec le développement des ateliers locaux, il est devenu un produit d'exception. Un objet de convoitise dont l'achat ne relève plus seulement de l'acte rationnel. Le couteau de Laguiole est entré dans la sphère dorée du





Le Laguiole part à la conquête du monde avec en étendard l'image d'un objet furieusement hype. Dans leurs nouvelles pérégrinations planétaires, les couteaux de la Forge ont parfois provoqué d'étonnantes rencontres, telle cette

belle histoire avec le club de base-ball des Yankees de New York. Henry Gordon, le directeur général du Steak House (le restaurant) du NYY Stadium dans le Bronx, est un grand fan du couteau de Laguiole. Il en apprécie la ligne, la qualité et cette french touch qui va si bien à la restauration haut de gamme. Il a donc décidé, il y a quatre ou cinq ans,

Le couteau de Laguiole est entré dans la sphère dorée du luxe.

d'en commander quelques centaines à la Forge de Laguiole. Les couteaux sont réservés aux clients du Premier Restaurant, la salle prestige du NYY Steak. Quand un grand joueur ou quelque célébrité vient manger, un Laguiole lui est dédié et gravé à son nom.

luxe. Et, comme tous les produits du luxe à la française, c'est à l'export qu'il trouve les plus sûres pistes de croissance et connaît ses plus belles histoires.

La Forge de Laguiole est l'un des principaux acteurs du renouveau du couteau aveyronnais. En créant la forge en 1987, les deux entrepreneurs audacieux Gérard Boissins et Jean-Louis Costes (du groupe hôtelier Costes) ont eu le génie de faire intervenir Philippe Stark dans l'architecture de l'usine de Laguiole et dans le design d'un modèle de couteau. Philippe Stark est alors un nom qui parle à l'oreille des esthètes du monde entier, une signature qui flatte l'ego des jeunes urbains de Londres, Paris, Hong Kong, New York et Tokyo.





Gordon vient également de commander à la Forge de Laguiole près de 500 couteaux à manche en stamina (un bois coloré dans la

masse) bleu, pour l'autre restaurant new-yorkais des Yankees, à Manhattan. «Ce n'est que très récemment que nous avons découvert où allaient nos couteaux, ex-

Du Bronx à Manhattan

plique Laurent Jouany, responsable export à la Forge. Pour nous, c'était une commande qui partait à New York, c'est tout. Nous n'avions pas imaginé ce qu'ils pouvaient représenter pour notre client. Ce n'est qu'en nous rendant sur place que nous avons constaté à quel point Henry Gordon est fier de sa collection de couteaux de Laguiole. Ils sont présentés dans une vitrine spéciale du restaurant. Ça a été pour nous une très agréable surprise, d'autant que nous avons été accueillis très chaleureusement.» (lire pages 62-63).



Couteaux de table, design par André et Michel Bras.

L'utilisation des couteaux de Laguiole à la table des grands restaurants est une pratique qui semble se répandre dans le monde. Le Beijing Mariott Hôtel City Wall de Pékin propose à ses clients de choisir le modèle de Laguiole avec lequel ils vont déjeuner ou dîner,

Pékin, Abu Dhabi, Moscou... parmi la collection de couteaux livrés par la Forge. L'improbable hôtel Yas Viceroy d'Abu Dhabi a commandé à la Forge une série de couteaux à manche en fibre de carbone, dont la

mouche représente le circuit automobile de l'émirat. Le Café Pouchkine, à Moscou, propose à ses clients un Menu Laguiole (le plus cher de l'établissement) servi avec un couteau de la Forge, que le client emporte à la fin de son repas. Partout où il passe à l'étranger, le couteau de Laguiole symbolise le luxe et le chic.

Nous sommes là bien loin de l'objet utilitaire et quotidien des paysans de l'Aubrac.



Vers des garanties d'origines pour le Laguiole

Le 13 février 2014, l'Assemblée nationale a adopté le texte définitif de la loi relative à la consommation, instaurant, entre autre nouveauté, une indication géographique protégée pour les produits manufacturés. A travers cette nouvelle disposition, l'Etat cherche à donner au consommateur un moyen supplémentaire d'obtenir des garanties sur les origines des produits qu'il achète.

Cette indication géographique serait comparable à l'indication géographique protégée (IGP) dont bénéficient déjà certains produits alimentaires de terroir et pourrait constituer une aubaine pour le couteau de Laguiole, dont l'origine des fabrications est aujourd'hui difficile à identifier pour le consommateur non averti. Car, des couteaux de Laguiole, il s'en fabrique dans de nombreux pays d'Asie, à Thiers et à Laguiole. Tous, bien sûr, ne sont pas de même qualité. Et tous ne sont pas porteurs du même esprit.

Le premier paragraphe de la loi est ainsi rédigé : «Constitue une indication géographique la dénomination d'une zone géographique ou d'un lieu déterminé servant à désigner un produit, autre qu'agricole, forestier, alimentaire ou de la mer, qui en est originaire et qui possède une qualité déterminée, une réputation ou d'autres caractéristiques qui peuvent être attribuées essentiellement à cette origine géographique. Les conditions de production ou de transformation de ce produit, telles que la découpe, l'extraction ou la fabrication, respectent un cahier des charges homologué par décision prise en application de l'article L. 411-4.3

Le législateur, d'amendements en modifications, a longtemps hésité avant de mettre en avant la notion de territoire d'origine et de production, dans la loi, Pendant plusieurs mois, c'est d'abord le «fabriqué en France» qui a prévalu sur le «fabriqué quelque part en

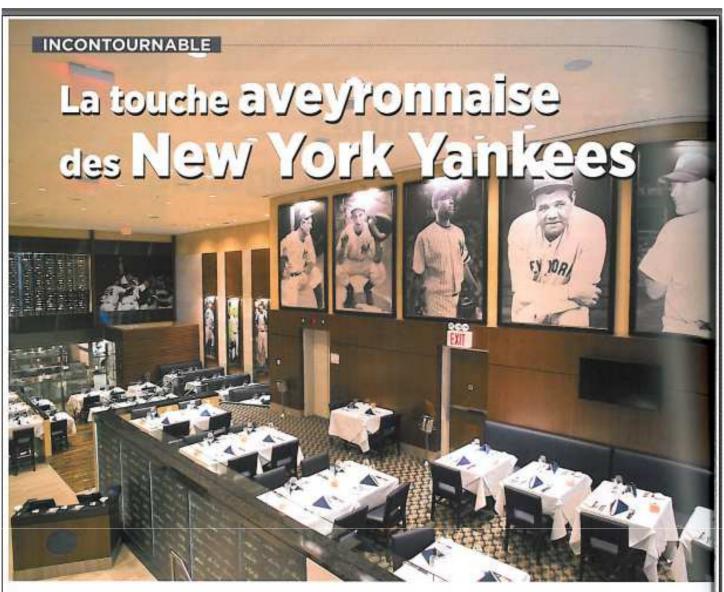
France». Pour ce qui concerne les couteaux, il fallait voir là la marque de la pression exercée par la coutellerie de Thiers, qui avait bien sûr agité le chiffon rouge de l'emploi en Auvergne. Il reste maintenant à la coutellerie aveyronnaise à se retrousser les manches pour s'entendre sur des critères communs lui permettant d'obtenir une IGP du couteau de Laguiole. Un nouveau challenge à relever.

Finalement, on a replacé dans le texte la prééminence du «fabriqué quelque part en France» sur le simple «fabriqué en France».

«Que Thiers soit intégré dans le périmètre de l'indication géographique n'a pas de sens, s'était alors insurgé Thierry Moysset, le bouillant patron de la Forge de Laguiole, ll faut distinguer deux IGP différentes. Sinon pourquoi ne pas imaginer le champagne fait à Bordeaux ou la porcelaine de Limoges fabriquée à Orléans...»

Finalement, après un patient travail dont une partie du mérite revient aux parlementaires aveyronnais, la loi a été réécrite pour replacer dans le texte la prééminence du «fabriqué quelque part en France» sur le simple «fabriqué en France».





Connue et reconnue dans le monde entier, la Forge de Laguiole compte parmi ses clients de prestige la plus célèbre équipe de base-ball au monde : les Yankees de New York.

A New York, Michael DA COSTA

l'entrée du luxueux restaurant à viande New York Yankees Steak House, sur la 51e rue de Manhattan, un élément du décor captive l'attention des nombreux clients l'établissement. Au milieu des photos des stars actuelles du club historique, Derek Jeter et Mariano Rivera, une vaste vitrine regorgeant de couteaux à manche bleu suscite des interrogations chez un groupe de touristes de Chicago et des jeunes fans habillés aux couleurs de l'équipe. «Ils sont magnifiques, je n'en ai jamais vu d'aussi beaux», sourit Mary Thompson, en découvrant les célèbres couteaux avevronnais.

Visiblement très curieux, certains n'hésitent pas à questionner Raul Adorno, venu accueillir ses clients, sur l'origine de ces lames. «Elles proviennent d'une petite ville du sud de la France, Laguiole, qui a donné son nom au couteau», explique le manager, qui improvise une petite leçon de géographie en montrant des photos de la commune sur sa tablette numérique.

C'est en 2009 que débute l'histoire entre le célèbre coutelier français et le géant du baseball, lorsque le premier restaurant à viande du Yankee Stadium flambant neuf – enceinte sportive la plus chère du monde dont la construction a coûté la bagatelle de 1,5 milliard de dollars – ouvre ses portes. Souhaitant apporter une touche de prestige supplémentaire

Le Monde selon le couteau de Laguiole

à cet établissement trois étoiles, le responsable du service restauration des Yankees, Henry Gordon, décide de commander une centaine d'exemplaires à la Forge de Laguiole. «J'ai eu un coup de cœur pour ces couteaux lorsque je les ai découverts dans un restaurant il y quelques années. Au moment de sélectionner la coutellerie que nous allions utiliser pour ce premier établissement, Laguiole m'est donc apparu comme une évidence», confie M. Gordon, et d'ajouter : «ce produit, bien que relativement peu connu aux États-Unis, a immédiatement fait l'unanimité chez nos clients, admiratifs de sa conception traditionnelle et de la qualité de son tranchant».

Il n'est donné qu'à certains privilégiés de vivre l'«expérience Laguiole». En effet, seuls les clients

VIP se voient offrir un couteau qui, gravé à leur nom, est ensuite conservé dans la vitrine jusqu'à leur prochaine visite. «Nous proposons à nos clients de vivre une expérience unique avec ce couteau de renom. Certains en sont tellement satisfaits

qu'ils souhaitent le rapporter chez eux! D'autres me demandent où s'en procurer», indique Raul Adorno, gérant du restaurant de Manhattan. De l'ancien maire de New York, Rudolph Giuliani, aux membres actuels de l'équipe des Yankees, chacun possède sa lame. «M. Giuliani était émerveillé lorsqu'on lui a offert son conteau», se remémore M. Adorno, «il ne parle que de ça chaque fois qu'il vient diner chez nous».

Cinq ans après l'arrivée de Laguiole sur le bord des assiettes des carrés VIP du New York Yankees Steak House (NYY Steak), la colla420 Laguiole dans les vitrines du NYY Steak de Manhattan.

22



Un bout d'Aveyron dans les carrés VIP

boration entre le géant du baseball et le célèbre coutelier français va bon train. Le club new-yorkais, qui a récemment décidé d'ouvrir

deux nouveaux établissements, l'un à Manhattan et l'autre à Coconut Creek en Floride, a déjà offert près de 1.500 couteaux et fait l'acquisition d'une machine à graver. «Les NYY Steak exposent fièrement leur "french touch" griffée Laguiole», souligne M. Adorno, «ces couteaux font désormais partie intégrante de nos établissements, ils sont aujourd'hui incontournables», ajoute-t-il.

Avec l'ouverture des nouveaux établissements, Laguiole n'a pas fini de susciter chez les clients une faim de connaissances géographiques que les leçons improvisées viendront rassasier.

La salle principale du NYY Steak de Manhattan.

Les couteaux de Rudy Giuliani, ancien maire de New York, de Dave Checketts, PDG de Jet-Biue, d'Andrew Levy, présentateur de la chaîne de télévision Fox News, de Derek Jeter et Mariano Rivera, les deux stars des New York Yankees.

Photographies Michael Da Costa







INCONTOURNABLE

Laguiole et Montblanc rencontre au sommet de l'excellence

Pour la série limitée, Virgilio Munoz, le maître coutelier de la Forge, a conçu un couteau à manche d'ivoire et motif à facettes dit «ananas».

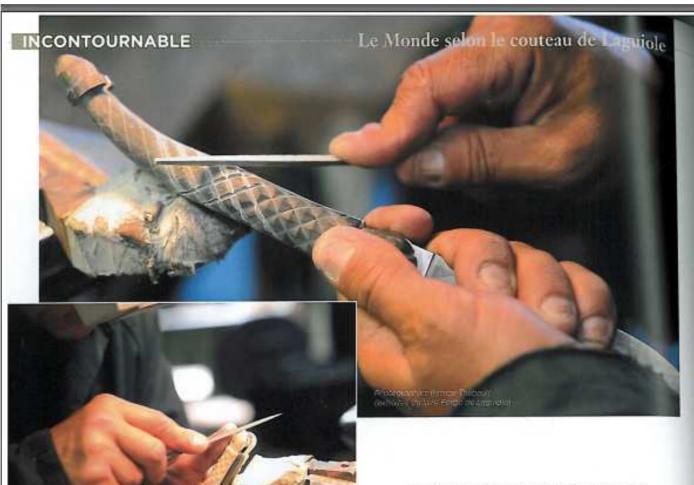
par Philippe PRADAL



n jour, nous avans reçu un appel de chez Montblanc, depuis l'Allemagne, se rappelle-t-on dans l'entreprise de Laguiole. Ils nous ont expliqué qu'ils appréciaient notre savoir-faire, l'éthique

de notre entreprise et qu'ils voulaient faire quelquechose avec nous. On ne savait pas que Montblanc nous connaissait. Nous avons appris par la suite que des gens de chez Montblanc étaient venus faire la visite de la Forge quelque temps auparavant, sans s'annoncer, sans se présenter, comme des visiteurs ordinaires.»

Ainsi a commencé l'étonnante collaboration entre le plus célèbre fabricant de stylos de luxe du monde et le couteau de Laguiole.



monde, lesquelles ont également en exposition le modèle de couteau Forge de Laguiole qui a inspiré les stylos.

Au-delà de cette association avec Montblanc, le couteau de Laguiole vit plus généralement une belle idylle avec les Allemands, attachés aux produits haut de gamme porteurs d'une histoire et grands collectionneurs de couteaux. «L'Allemagne représente pour nous 75% de nos ventes à l'étranger, calcule Laurent Jouany, du service export de la Forge. Nous avons là-bas trois cents clients (des boutiques de luxe, NDLR) très actifs. A Munich, en particulier, une cliente

nous prend la plupart de nos modèles de coutellerie d'art, des couteaux à plusieurs milliers d'euros pièce, parfois, et elle les vend sans difficulté. Elle nous a pris, par exemple, la série unique des quatre couteaux spécialement conçus pour le magazine de TF1 Laguiole 4 saisons.»

Au-delà de l'intérêt commercial de vendre aux Etats-Unis, au Japon, en Russie ou en Scandinavie, l'export présente d'autres vertus pour la coutellerie laguiolaise. «Sur certains marchés, comme le marché allemand, les clients ont un tel niveau d'exigence qu'ils nous obligent à être toujours meilleurs et à améliorer non seulement la qualité de nos produits, mais également toute notre façon de travailler, estime Laurent Jouany. Avec Montblanc, par exemple, nous nous sommes aperçus, après avoir fait les 25 premières pièces, que nous avions oublié le trêma sur le U de Meisterstück. C'est le genre d'erreur que nous ne referions plus aujourd'bui.»





Les clients ont un tel niveau d'exigence qu'ils nous obligent à être toujours meilleurs.

> A l'appel d'un nom aussi prestigieux que Montblanc, tout autre artisan du fin fond de la France aurait foncé les yeux fermés. Mais

Thierry Moysset, le patron de la Forge, a une autre conception du business. Il a exigé la garantie que les stylos «L'Aubrac» seraient fabriqués dans les ateliers Montblanc en Allemagne et non chez quelque sous-traitant asiatique, par des artisans et en conformité avec l'éthique de la Forge. Les dirigeants de Montblanc n'y ont vu aucun inconvénient : ils ont invité Thierry Moysset à visiter leurs ateliers pour se rendre compte par lui-même. De cette rencontre est née une édition spéciale de stylos Masters for Meisterstück «L'Aubrac» et une série limitée de huit pièces exceptionnelles inspirées d'un couteau spécialement conçu par les artisans de la Forge. Les Montblanc «L'Aubrac» reprennent les détails em-

blématiques des couteaux de Laguiole : les matériaux (bois ou ivoire), les ornements du ressort, les rivets du manche. Pour la série limitée, Virgilio Munoz, le maître coutelier de la Forge, a conçu un couteau à manche

d'ivoire et motif à facettes dit «ananas», que les artisans de Montblanc ont décliné sur un stylo orné d'un diamant sur chaque facette. Certains éléments du stylo, telle la bague, ont été ciselés dans les ateliers de Laguiole. L'édition spéciale «L'Aubrac» est présente depuis octobre 2012 dans les 360 boutiques Montblanc du

de la Forge